

Ecce Eco

«On n'a pas de pétrole mais des touristes»



Ecce Eco

Emmanuel Combe

Emmanuel Combe
© DR

A l'heure où le gouvernement s'apprête à créer des « zones touristiques internationales », il n'est pas inutile de se pencher sur la place paradoxale qu'occupe le tourisme dans notre inconscient ...économique.

Voilà en effet une activité où nous sommes leader avec 85 millions de visiteurs par an, qui pèse directement 41 milliards d'euros de valeur ajoutée, emploie 1 million de personnes et affiche un solde excédentaire de 10 milliards d'euros. Bref, un vrai point fort de notre pays ! Or, force est de constater que depuis 50 ans, et même si un vrai frémissement s'est fait jour depuis deux ans sous l'impulsion de Laurent Fabius, le tourisme n'occupe pas la place qu'il mérite dans nos débats de politique économique. Comme dans d'autres domaines, nous nous reposons sur nos lauriers et vivons le tourisme sur le mode de la rente. Une rente naturelle et historique. On se dit qu'après tout, les châteaux de la Loire et la tour Eiffel seront toujours là demain et qu'il faut donc se contenter de traire la vache à lait de notre patrimoine. Le tourisme, c'est un peu notre pétrole à nous. Mais c'est oublier que dans un monde ouvert, le tourisme, comme toute activité économique, n'échappe plus à la sanction de la comparaison et au défi de la compétitivité. En la matière, le site France est plutôt mal loti, si l'on en croit les conclusions du World Economic Forum 2013 : nous avons perdu quatre places en deux ans et nous retrouvons à la 7e place en termes d'attractivité globale, derrière des pays comme la Suisse, l'Allemagne, le Royaume-Uni ou l'Autriche ! Plus encore, sur l'indicateur «compétitivité-prix », nous portons le bonnet d'âne : 140e sur 140 ! Nous sommes trop chers par rapport à ce que nous offrons.

Pour sortir de l'impasse, il nous faut passer d'une logique de rente naturelle à celle d'un investisseur avisé, qui raisonne en termes de rendement : le tourisme est d'abord un

actif dont la valeur se déprécie si on n'investit pas suffisamment en lui, pour en valoriser tout le potentiel. L'enjeu pour notre pays est moins d'attirer demain 100 millions de touristes que de faire en sorte que ceux qui viennent chez nous aient envie d'y rester plus longtemps : misons sur la qualité et la montée en gamme, plutôt que sur la quantité. Petit calcul simple : en faisant l'hypothèse que les touristes étrangers, hors touristes en transit, dépensent demain autant en France qu'ils le font aujourd'hui en Espagne, nous pourrions obtenir un gain supplémentaire de 15 milliards d'euros chaque année, soit 150.000 emplois.

Pour obtenir ce retour sur investissement, encore faut-il que nous reconnaissons ce qui fait l'essentiel de la valeur ajoutée dans le tourisme, comme dans les autres secteurs : le service qui accompagne le produit. Un beau château isolé et à visiter c'est bien ; un beau château inséré dans un écosystème local, basé sur des synergies culture/commerce/tourisme, c'est mieux et plus rentable. Malheureusement, nous avons du mal à reconnaître la valeur ajoutée de l'immatériel : le sourire, la qualité de service et d'accueil du client, la coordination entre activités nous paraissent secondaires alors qu'ils sont l'essentiel. N'oublions jamais qu'en économie, l'important est de créer de la richesse, peu importe la manière. Savoir vendre du rêve et de l'histoire n'est pas moins noble et rentable que de produire des turbines ou des voitures.

Emmanuel Combe est professeur d'économie à l'Université de Paris-1 et professeur affilié à ESCP Europe.